



REPORT DI SOSTENIBILITÀ

2025

Mega Italia Media S.p.A.

Via Roncadelle 70/A – 25030 Castel Mella (BS)

P. IVA 03556360174

Sommario

Approvazione del Report di Sostenibilità	3
Messaggio agli stakeholder di Mega Italia Media S.p.A.	4
Materialità	5
L'analisi di materialità	5
I Temi materiali	5
Gli Stakeholder	6
Il valore economico generato e distribuito	8
Mega Italia Media S.p.A: la nostra identità	9
Chi siamo	9
Storia e risultati	10
La mission	10
La struttura societaria di MIM	12
Il modello di Governance di MIM	12
Consiglio di amministrazione	13
Organi di controllo	13
Il codice etico e i nostri valori fondamentali	13
Attenzione alla soddisfazione dei clienti	14
Cyber security e protezione dei dati personali	14
Le persone: il nostro asset più importante	14
Composizione per genere	15
Tipologia contrattuale	16
Ambiente di lavoro inclusivo e collaborativo	19
Il benessere delle nostre persone	21
Investiamo sulle nostre persone	21
La salute e sicurezza sul lavoro	22
La tutela del nostro pianeta	23
Il cambiamento climatico	24
I consumi energetici	24
Gas naturale	25
Le emissioni di CO ₂	25
Il parco veicoli aziendale	26
I consumi idrici	26
L'impatto dei device di MIM	26

Approvazione del Report di Sostenibilità

Il presente Report di Sostenibilità relativo all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2025 è stato approvato dal Consigliere Delegato di Mega Italia Media S.p.A.

Messaggio agli stakeholder di Mega Italia Media S.p.A.

Cari Stakeholders,

con il presente Report di Sostenibilità 2025 desideriamo condividere con voi i risultati raggiunti e gli impegni assunti da Mega Italia Media nel corso dell'anno, rendicontando in modo trasparente il nostro contributo alla sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Da oltre trent'anni la nostra missione è una sola: rendere la formazione sulla sicurezza sul lavoro accessibile, efficace e misurabile per aziende, enti e professionisti in tutta Italia. Non si tratta di un obiettivo commerciale — è un impegno civile. Ogni lavoratore formato è un potenziale infortunio in meno, una

famiglia tutelata, un'azienda più responsabile. Nel 2025 abbiamo formato oltre 100.000 lavoratori attraverso la nostra piattaforma DynDevice LMS e il nostro catalogo di oltre 300 corsi eLearning. Questi numeri sono, per noi, la misura più concreta del nostro impatto sociale.

La sostenibilità, in Mega Italia Media, non è una dichiarazione di intenti: è il modo in cui lavoriamo ogni giorno. Le nostre persone sono il cuore di tutto ciò che facciamo. Siamo orgogliosi di un indice di retention del 100% nel 2025, di una composizione di genere equilibrata con il 54% di donne in organico, e della Certificazione di Parità di Genere UNI PdR 125:2022 ottenuta nel marzo 2025 e confermata per il 2026. Investiamo concretamente sulle nostre persone: sosteniamo i percorsi universitari dei collaboratori, garantiamo flessibilità lavorativa reale e promuoviamo un ambiente inclusivo in cui ciascuno possa esprimere il proprio talento.

Sul fronte ambientale, siamo consapevoli che ogni scelta operativa ha ricadute sul pianeta. La natura digitale del nostro core business rappresenta di per sé un vantaggio: la formazione eLearning elimina gli spostamenti fisici di centinaia di migliaia di lavoratori ogni anno, riducendo significativamente le emissioni correlate alla mobilità. A questo aggiungiamo un impegno diretto nella riduzione dei consumi energetici della nostra sede.

Dal punto di vista della governance, Mega Italia Media opera con trasparenza e rigore: le certificazioni ISO 9001, ISO/IEC 27001, ISO/IEC 27017 e ISO/IEC 27018 ne sono la dimostrazione concreta, insieme al Modello Organizzativo 231 e al Codice Etico che guidano ogni nostra decisione. Nel 2025 abbiamo ulteriormente rafforzato il presidio sulla sicurezza informatica con l'inserimento di un Chief Information Security Officer (CISO) nell'organigramma aziendale.

Guardando al 2026, ci impegniamo a continuare su questa strada con ancora maggiore determinazione: fissando obiettivi misurabili, ampliando la rendicontazione e rafforzando il legame tra crescita economica e creazione di valore condiviso per le nostre persone, i nostri clienti e le comunità in cui operiamo.

Mega Italia Media S.p.A.

Luigi Matteo Meroni

(Consigliere Delegato)

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Luigi Meroni', written over a light grey background.

Materialità

L'analisi di materialità

L'analisi di materialità condotta per la redazione del presente Report ha consentito di identificare e valutare gli impatti generati dalle attività di Mega Italia Media sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi quelli relativi ai diritti umani.

Il processo si è svolto in conformità con i Sustainability Reporting Standards della GRI (Global Reporting Initiative), nella versione aggiornata al 2021.

L'identificazione dei temi materiali ha seguito un percorso strutturato articolato nelle seguenti fasi:

- Analisi del contesto competitivo, normativo e di settore in cui opera Mega Italia Media.
- Identificazione degli impatti attuali e potenziali, positivi e negativi, nelle attività dirette e nelle relazioni commerciali dell'organizzazione.
- Valutazione della rilevanza degli impatti, basata sulla gravità per quelli effettivi e sulla combinazione di gravità e probabilità per quelli potenziali.
- Definizione delle priorità in relazione agli impatti più significativi ai fini della rendicontazione.
- Individuazione dei temi materiali sulla base degli impatti identificati.

Le valutazioni sono condotte annualmente da un gruppo di lavoro dedicato e validate dalla Direzione di Mega Italia Media, responsabile del monitoraggio e della gestione dei principali impatti aziendali. L'analisi viene aggiornata ogni anno o in caso di cambiamenti rilevanti, quali fusioni, acquisizioni o nuove normative applicabili.

Gli impatti negativi identificati costituiscono inoltre la base per la definizione del Piano di Sostenibilità, orientato alla loro progressiva mitigazione in un'ottica di miglioramento continuo.

I Temi materiali

In tabella si riportano i temi materiali e le relative descrizioni.

Tema Materiale	Descrizione	Impatto	GRI Standard
CAMBIAMENTO CLIMATICO ED EFFICIENZA ENERGETICA	<i>Ridurre i consumi energetici promuovendo soluzioni efficienti e la cultura del risparmio, per mitigare gli impatti climatici generati dalle attività aziendali.</i>	Impatto sul cambiamento climatico	GRI 302 – Energia / GRI 305 – Emissioni
GESTIONE RESPONSABILE DEGLI APPARATI ELETTRONICI	<i>Garantire una gestione responsabile dell'intero ciclo di vita degli apparati elettronici, valutando l'acquisto di dispositivi ricondizionati e assicurando un corretto smaltimento a fine vita.</i>	Inquinamento e occupazione del suolo da smaltimento di rifiuti non avviati a riciclo o recupero	GRI 306 – Rifiuti

Tema Materiale	Descrizione	Impatto	GRI Standard
GESTIONE RESPONSABILE DEGLI IMBALLAGGI	<i>Garantire una gestione responsabile del ciclo di vita degli imballaggi dei prodotti commercializzati, privilegiando materiali riciclati e il riutilizzo degli imballaggi dei fornitori.</i>	Inquinamento e occupazione del suolo da smaltimento di rifiuti non avviati a riciclo o recupero	GRI 306 – Rifiuti
CONSUMI IDRICI	<i>Garantire un uso efficiente della risorsa idrica, contribuendo a ridurre i fenomeni di deplezione nelle aree soggette a water stress.</i>	Consumo di acqua in aree soggette a scarsità idrica	GRI 303 – Acqua e scarichi idrici
BENESSERE DEI DIPENDENTI	<i>Promuovere un ambiente di lavoro positivo e inclusivo, in grado di attrarre e fidelizzare le persone attraverso una cultura aziendale orientata al benessere.</i>	Promozione del benessere della forza lavoro	GRI 401 – Occupazione
INCLUSIONE E PARI OPPORTUNITÀ	<i>Promuovere e garantire uguaglianza di genere e pari opportunità, prevenendo comportamenti discriminatori e favorendo un'organizzazione realmente inclusiva.</i>	Violazione dei diritti di pari opportunità all'interno della forza lavoro	GRI 405 – Diversità e pari opportunità
SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE	<i>Investire nella formazione e nella crescita professionale dei dipendenti, valorizzandone competenze, talenti e aspirazioni.</i>	Sviluppo, retention e soddisfazione delle risorse umane	GRI 404 – Formazione e istruzione
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	<i>Garantire un ambiente di lavoro sicuro e salubre, riducendo al minimo gli infortuni attraverso sistematiche attività di prevenzione e protezione.</i>	Danni alla salute e sicurezza dei lavoratori; impatti sanitari da emissioni inquinanti dirette e indirette	GRI 403 – Salute e sicurezza

Gli Stakeholder

Mega Italia Media riconosce il ruolo centrale degli stakeholder nella creazione di valore sostenibile. Per questo motivo, mantiene un dialogo costante, trasparente e collaborativo con tutte le categorie rilevanti, tra cui dipendenti, clienti, fornitori, finanziatori, istituzioni pubbliche, comunità locali, organizzazioni no-profit, media, associazioni di categoria, organismi di regolamentazione e candidati in fase di selezione.

L'identificazione degli stakeholder è stata effettuata sulla base della rilevanza delle loro aspettative e del loro impatto sulle attività aziendali. Le modalità di coinvolgimento variano a seconda delle specifiche esigenze e includono incontri periodici, survey di soddisfazione, partnership progettuali, tavoli di confronto settoriali e iniziative di formazione condivisa.

Attraverso questo approccio strutturato di ascolto e dialogo, l'azienda si impegna a comprendere le priorità emergenti, anticipare i rischi e cogliere opportunità di sviluppo condiviso, contribuendo in modo concreto agli obiettivi di sostenibilità propri e del contesto in cui opera.



Stakeholder	Modalità di Coinvolgimento
Dipendenti	Riunioni, survey interne, formazione, newsletter
Clienti	Questionari di soddisfazione, incontri, customer service
Fornitori e partner	Audit, contratti sostenibili, incontri diretti
Finanziatori e Banche	Report finanziari, incontri istituzionali
Candidati	Processi di selezione, fiere del lavoro, piattaforme di recruiting
Comunità locali e Organizzazioni No-profit	Progetti sociali, sponsorizzazioni, dialogo diretto
Media e Opinione Pubblica	Comunicati stampa, interviste, eventi, social media
Associazioni di categoria	Tavoli tecnici, partecipazione a eventi di settore
Organismi di regolamentazione	Risposte a consultazioni pubbliche, audit normativi
Istituzioni Pubbliche	Contributi normativi, partnership per iniziative locali

Il valore economico generato e distribuito

Nel 2025 Mega Italia Media S.p.A. ha generato più di 4 milioni di euro in valore economico complessivo, di cui il 98,69% proveniente dai ricavi caratteristici dell'attività di formazione.

L'89% del valore economico generato è distribuito tra i portatori d'interesse:

- fornitori (costi operativi);
- personale dipendente;
- fornitori di capitale;
- pubblica amministrazione;

Nella tabella sottostante viene riportato il valore economico generato e distribuito da Mega Italia Media.

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO	2025	%
RICAVI	4.330.851	98,69%
PROVENTI FINANZIARI	51.294	1,17%
ALTRI RICAVI	6.272	0,14%
TOTALE VALORE ECONOMICO GENERATO	4.388.417	100,00%
COSTI OPERATIVI	1.665.963	37,96%
REMUNERAZIONE PERSONALE	2.246.906	51,20%
PAGAMENTI A FORNITORI DI CAPITALE	6	0,00%
PAGAMENTI ALLA PA	9.048	0,21%
TOTALE VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	3.921.925	89,37%
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	466.493	10,63%

La quota più rilevante del valore distribuito pari al 57,3% è indirizzata al personale dipendente, l'asset più importante per Mega Italia Media, che si impegna nel miglioramento continuo dell'ambiente di lavoro affinché sia positivo, stimolante e coinvolgente, a garanzia di un elevato livello di qualità lavorativa.

Il 38% del valore distribuito è dedicato ai costi operativi, a testimonianza dell'attenzione costante a investire nella qualità dei prodotti e servizi offerti.

Il valore economico trattenuto, pari al 10,63% del valore totale generato (466.493 euro), riflette una prospettiva di lungo termine: parte dei profitti viene reinvestita nella crescita e nello sviluppo futuro dell'organizzazione.

Per quanto riguarda la politica di remunerazione, Mega Italia Media applica quanto previsto dal Contratto Collettivo Nazionale di riferimento ed effettua periodiche valutazioni di mercato, cui possono seguire contrattazioni individuali.

Remunerazione	UdM	2022	2023	2024	2025
Rapporto fra la retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e la retribuzione totale annuale media di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona)	n.	4,68	4,67	4,96	5,02
Rapporto fra l'aumento percentuale della retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e l'aumento percentuale medio della retribuzione totale annuale di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona)	n.	-	0,33	2,55	2,8

Nell'ultimo triennio 2023-2025 il rapporto tra la retribuzione della figura professionale con la retribuzione più alta dell'azienda e la retribuzione mediana dei dipendenti ha visto un lieve aumento; in particolare, nel 2025 il rapporto è risultato pari a 5,02. Si sottolinea che, nonostante il rapporto sia leggermente aumentato, la retribuzione mediana dei dipendenti ha visto una crescita nel corso del triennio, rispecchiando l'impegno di Mega Italia Media verso i propri dipendenti nella valorizzazione delle loro performance e competenze.

Mega Italia Media S.p.A: la nostra identità

Chi siamo

Dal 1988 Mega Italia Media è il riferimento per aziende, enti e consulenti per svolgere con successo ed efficacia la formazione aziendale.

Mega Italia Media offre un sistema completo e integrato di piattaforma LCMS per la formazione online in modalità SaaS (software as a service), corsi eLearning per la formazione obbligatoria, le soft skill e una gamma di prodotti e servizi per professionisti e consulenti della sicurezza sul lavoro.

L'offerta per le aziende proposta da Mega Italia Media include un ricco catalogo di corsi online per la formazione aziendale; lo sviluppo di piattaforme eLearning personalizzate; una gamma di prodotti e servizi per professionisti e consulenti della sicurezza sul lavoro.

Oggi, formiamo più di 100.000 lavoratori all'anno e oltre il 90% degli utenti è soddisfatto dalla qualità dei corsi fruiti.

Storia e risultati

1988 Videocorsi sulla sicurezza su VHS

1996 1° videocorso premiato a livello nazionale

2002 Videocorsi sulla sicurezza su CD-ROM

2004 Produzione dei primi corsi eLearning

2009 Videocorsi sulla sicurezza su USB

2011 1ª versione di DynDevice LMS

2012 Certificazione SCORM™ DynDevice LMS

2016 Il catalogo di corsi supera i 100 titoli

2018 Aggiunto modulo HR a DynDevice LMS

2020 Nasce DyBot, il chatbot con IA

2021 Il catalogo di corsi supera i 200 titoli

2022 Online i servizi SicurFlix e MegaMeetLive

2024 Il catalogo corsi supera i 300 titoli

2025 Il catalogo corsi si amplia con
l'inserimento dei corsi ECM

La mission

“Affermarsi in Italia e a livello internazionale come uno dei player di riferimento nel mondo dell’eLearning specializzato sulla formazione obbligatoria.”

La nostra mission è supportare le aziende, enti e professionisti a svolgere la formazione digitale dei dipendenti in modo semplice, efficiente ed economico.

Adottare una politica etica e responsabile in materia di salute e sicurezza sul lavoro è un requisito fondamentale per le aziende. Una formazione di alta qualità può contribuire significativamente a ridurre i tassi di infortuni sul lavoro, generando ricadute positive in termini economici e sociali per le aziende, i lavoratori e la società nel suo complesso.

Inoltre, l'impegno verso la salute e la sicurezza sul lavoro è strettamente correlato ai pilastri ESG (Ambientale, Sociale e di Governance), che definiscono la sostenibilità aziendale. La protezione della salute e della sicurezza dei lavoratori rappresenta un elemento essenziale per promuovere la responsabilità sociale delle aziende e per conseguire gli obiettivi di sostenibilità a medio-lungo termine.

L'ampiezza e la qualità dell'offerta corsi, l'elevato livello di gradimento dell'utente dei corsi, unite alla semplicità e alla completezza della piattaforma DynDevice LMS, sono le colonne portanti di Mega Italia Media.

Dal 1988 Mega Italia Media aiuta aziende, enti, consulenti e formatori a svolgere la formazione aziendale in modo semplice, efficace e legalmente valido.

Oggi, siamo presenti sul mercato con una gamma innovativa di servizi e prodotti:

- Oltre 300 corsi online per una formazione semplice ed efficace, fruibili con qualsiasi dispositivo mobile e desktop, 24 ore al giorno, 7 giorni su 7. Per la formazione obbligatoria, sarai seguito da tutor qualificati, sempre a tua disposizione.



Sicurezza sul lavoro

191 corsi online



Sicurezza alimentare

9 corsi online



Compliance e qualità

22 corsi online



Digital trasformation

27 corsi online



Soft skills

43 corsi online

- Piattaforma eLearning LMS DynDevice che consente alle aziende di creare, gestire ed erogare tutta la formazione aziendale: online, in aula e in videoconferenza.

Il sistema è composto da 4 soluzioni in cloud attivabili secondo le proprie esigenze:

- Gestione formazione aziendale ed erogazione corsi in eLearning, aula o blended
- Produzione corsi SCORM™ personalizzati
- Valutazione e gestione delle risorse umane
- Personalizzazione della piattaforma



- Prodotti per la formazione aziendale e supporti e strumenti per i formatori (come attrezzature e presidi, modelli di documenti, libri e manuali, videocorsi, software e applicazioni)
- Servizi per la formazione avanzata (come Scuola della Sicurezza, Corsi in aula, corsi su commessa, corsi personalizzati)

La struttura societaria di MIM

Mega Italia Media è una società per azioni non quotata, le quote sono suddivise tra cinque Soci della Società.

La Società è iscritta alla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Brescia dal 12/05/2001 con il codice ATECO 85.59.2. Il capitale sociale è di €500.000.

Il modello di Governance di MIM

Il sistema di governance di Mega Italia Media S.p.A. si articola su due organi distinti: un organo di amministrazione (Consiglio di amministrazione), responsabile della gestione ordinaria e straordinaria della Società, e un organo di controllo (Collegio Sindacale), preposto alla vigilanza sulla corretta amministrazione e sul rispetto della normativa vigente.

La struttura è completata dall'Organismo di Vigilanza, istituito ai sensi del D. Lgs. 231/2001, con autonomi poteri di iniziativa e controllo sull'attuazione del Modello Organizzativo adottato dalla Società. L'insieme di questi organismi garantisce un sistema di governance trasparente, equilibrato e orientato alla responsabilità, in cui le funzioni di indirizzo, gestione e controllo sono chiaramente separate e presidiate.

Consiglio di amministrazione

Il fulcro della struttura societaria è il Consiglio di amministrazione, nominato dall'Assemblea dei Soci, che è investito di ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società, senza eccezioni di sorta.

Il Consiglio di amministrazione di Mega Italia Media S.p.A. è così composto:

Componente	Carica
Tullio Meroni	Presidente
Luigi Meroni	Consigliere Delegato
Pietro de' Castiglioni	Consigliere Delegato
Andrea Giustozzi	Consigliere
Lorenza Menduto	Consigliere
Ivo Benedetti	Consigliere
Alessandro Meroni	Consigliere

Nel 2024 è stata cooptata una donna quale membro del Consiglio di amministrazione.

Organi di controllo

La Società ha nominato il **Collegio Sindacale**, chiamato a vigilare, ai sensi del Codice civile, sull'osservanza della legge e dello Statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, e in particolare sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Società e sul suo concreto funzionamento. Il Collegio Sindacale di Mega Italia Media S.p.A. è composto da 5 membri, di cui tre membri effettivi e due supplementi.

Componente	Carica
Salvatore Capatori	Presidente
Angelo Cisotto	Sindaco
Monica Leone	Sindaca
Andrea Malchiodi	Sindaco Supplente
Francesco Coen	Sindaco Supplente

La Società si è dotata di un **Organismo di Vigilanza** collegiale, composto da un uomo e una donna, dotato di autonomi poteri di iniziativa e di controllo che ha il compito di vigilare sull'adeguatezza ed efficace attuazione del Modello 231 adottato dalla Società.

Componente	Carica
Alessandro Ronchi	Presidente
Elisa Secchi Villa	Componente

Il codice etico e i nostri valori fondamentali

Con l'obiettivo di ottemperare alle disposizioni del D. Lgs. 231/2001 ("Modello 231") e di garantire un comportamento eticamente condiviso, ci siamo dotati di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo. Abbiamo inoltre adottato un Codice Etico per comunicare in modo trasparente i valori a cui ci ispiriamo, definire i principi fondamentali, le regole comportamentali e le responsabilità all'interno di Mega Italia Media S.p.A.

I principi su cui si fonda la nostra attività mettono al centro la valorizzazione e il rispetto della persona, la tutela del territorio in cui operiamo e la correttezza e trasparenza del nostro operato. I valori fondamentali che guidano ogni nostra azione sono:

- Rispetto e inclusione: ripudio di ogni forma di discriminazione e promozione attiva della diversità
- Valorizzazione delle persone: centralità, sviluppo e crescita delle risorse umane, nel rispetto dei principi di equità
- Radicamento territoriale: responsabilità verso le comunità e i territori in cui operiamo
- Trasparenza ed etica: correttezza e integrità in ogni relazione commerciale e istituzionale
- Qualità: ricerca costante dell'eccellenza nei servizi e nei prodotti offerti
- Legalità: rispetto delle norme vigenti e contrasto attivo di ogni forma di illegalità, terrorismo e criminalità

Attenzione alla soddisfazione dei clienti

In tutte le attività rivolte ai propri clienti, Mega Italia Media persegue la loro costante soddisfazione attraverso l'innovazione continua, il mantenimento di elevati standard qualitativi e la garanzia di affidabilità e flessibilità nel rispondere alle diverse esigenze. Questo impegno è formalizzato e certificato attraverso il Sistema di Gestione per la Qualità conforme alla norma ISO 9001:2015.

Cyber security e protezione dei dati personali

Mega Italia Media pone al primo posto la tutela dei dati personali e la sicurezza delle informazioni. A tal fine ha sviluppato un Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni certificato in conformità alla norma ISO/IEC 27001, alle linee guida ISO/IEC 27017 per la sicurezza cloud e ISO/IEC 27018 per la protezione dei dati personali nel cloud.

L'azienda ha nominato un Responsabile della Protezione dei Dati (RPD/DPO) e, nel corso del 2025, ha ulteriormente rafforzato il proprio presidio in materia di sicurezza informatica con l'inserimento in organigramma di un Chief Information Security Officer (CISO).

A supporto di una cultura della sicurezza diffusa, Mega Italia Media porta avanti un piano strutturato di formazione e sensibilizzazione rivolto a tutti i dipendenti, attraverso corsi dedicati alla cybersecurity presenti nel proprio catalogo formativo.

Le persone: il nostro asset più importante

In un settore in continua evoluzione come quello dell'eLearning e della formazione digitale, le competenze, le conoscenze e le esperienze delle nostre persone rappresentano il principale fattore distintivo per garantire servizi di qualità elevata e per generare valore duraturo per clienti e stakeholder.

Per Mega Italia Media è fondamentale che ogni dipendente trovi le condizioni migliori per esprimere i propri talenti, sviluppare le proprie competenze e contribuire attivamente alla

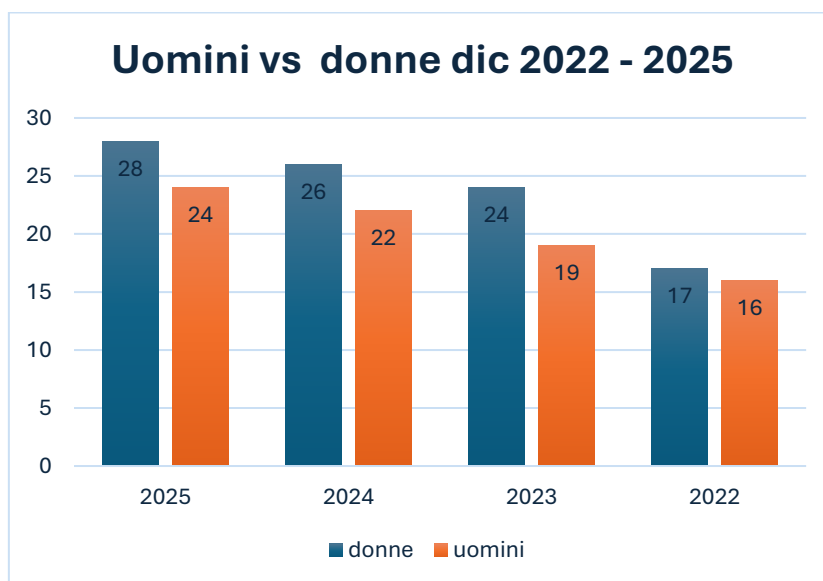
crescita dell'organizzazione. La soddisfazione delle nostre persone e quella dei nostri clienti sono obiettivi che si rafforzano a vicenda: un ambiente di lavoro positivo, stimolante e inclusivo è la base da cui origina un servizio eccellente.

Questa visione si riflette concretamente nelle scelte contrattuali adottate: la forma prevalente di impiego è il contratto a tempo indeterminato, espressione di una relazione stabile e di lungo termine con i propri collaboratori, fondata sulla fiducia reciproca, sul riconoscimento del merito e sull'investimento continuo nella crescita professionale.

L'impegno verso le persone si articola su più dimensioni: la formazione continua, il benessere organizzativo, la promozione della diversità e delle pari opportunità, e la tutela della salute e sicurezza sul lavoro — ambiti che vengono approfonditi nelle sezioni successive di questo Report.

Composizione per genere

Al 31 dicembre 2025, Mega Italia Media conta 52 dipendenti, in crescita costante rispetto ai 48 del 2024, ai 43 del 2023 e ai 33 del 2022 — un incremento complessivo del 57% in quattro anni che riflette la traiettoria di sviluppo dell'azienda. La totalità del personale è coperta da contrattazione collettiva nazionale.

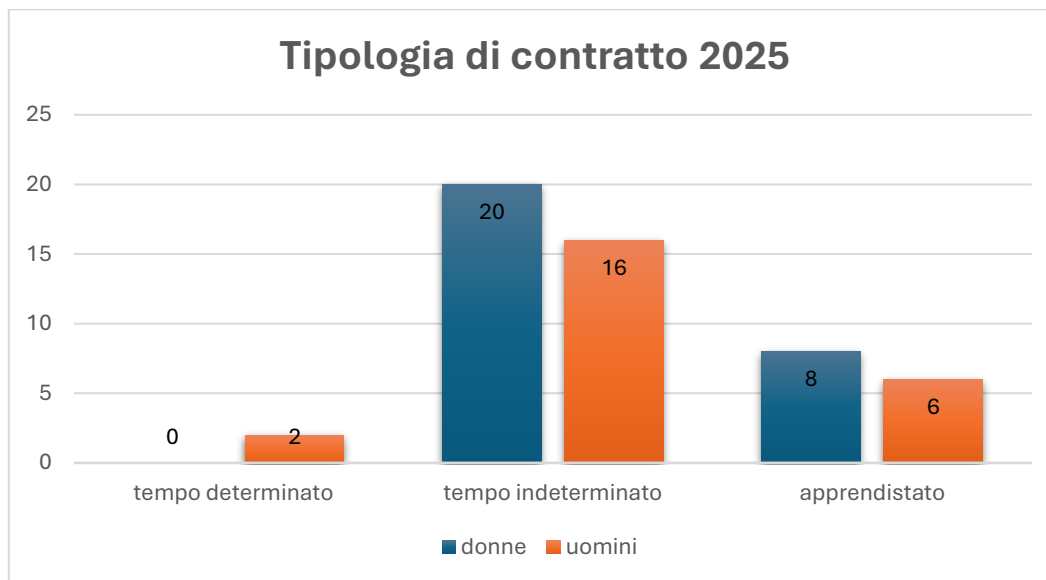


Genere	2025	2024	2023	2022
donne	28	26	24	17
uomini	24	22	19	16
Totale	52	48	43	33

Un dato particolarmente significativo riguarda la componente femminile: le donne rappresentano oggi il **53,8% della forza lavoro**, con una crescita del **64% dal 2022**, a testimonianza di un percorso concreto e misurabile verso un maggiore equilibrio di genere nell'organizzazione.

Tipologia contrattuale

Il 96,15% dei dipendenti è assunto con contratto a tempo indeterminato, dato che conferma la vocazione dell'azienda a costruire relazioni di lavoro stabili e durature.

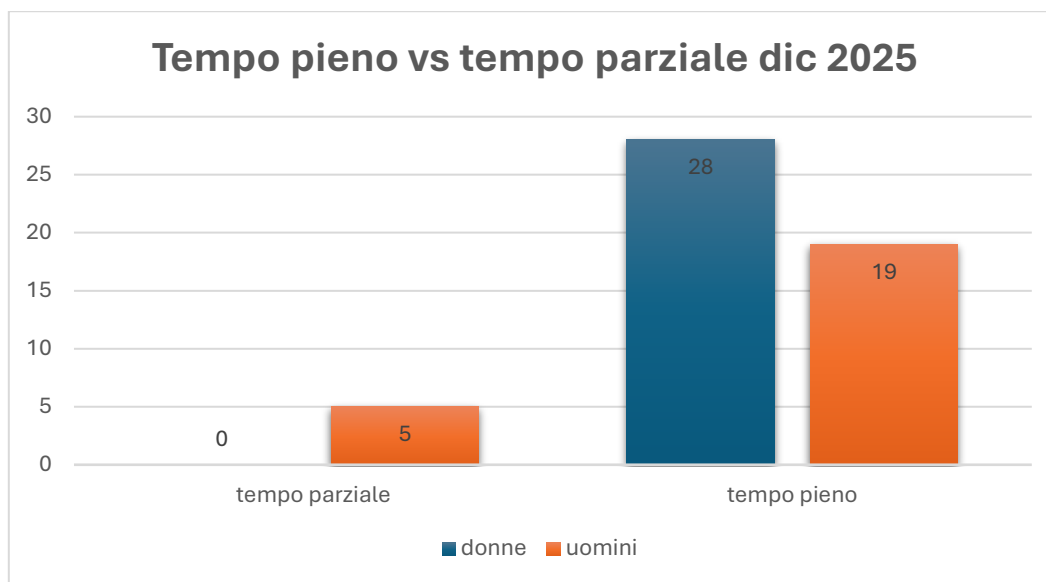


Genere	Tempo Determinato	Tempo Indeterminato	Apprendistato
donne	0	20	8
uomini	2	16	6
Totale	2	36	14

Da evidenziare la presenza significativa di 14 contratti di apprendistato (26,9% del totale), segnale di un investimento concreto nell'inserimento e nella crescita di giovani talenti all'interno dell'organizzazione.

Orario di lavoro

L'89,4% dei dipendenti lavora a tempo pieno. Il tempo parziale, che coinvolge 5 persone, riguarda esclusivamente la componente maschile — un dato inusuale rispetto alla media di settore, dove il part-time è tradizionalmente più diffuso tra le donne, e che riflette una flessibilità organizzativa accessibile a tutti indipendentemente dal genere.



Genere	Tempo parziale	Tempo pieno
donne	0	28
uomini	5	19
Totale	5	47

Nuove assunzioni

Nel 2025 sono state effettuate 6 nuove assunzioni, in linea con il 2024. La fascia d'età prevalente si conferma quella under 30, che ha rappresentato la totalità delle nuove entrate nell'anno, consolidando una tendenza già emersa negli anni precedenti: nel 2023 l'83% delle assunzioni riguardava persone con meno di 30 anni.

Assunzioni per fascia d'età				
Fascia d'età	2025	2024	2023	2022
<30 anni	6	5	8	2
Tra 30 e 50 anni	0	1	1	0
>50 anni	0	0	0	0

Sul fronte del genere delle nuove assunzioni, il 2025 ha registrato un'inversione di tendenza: dopo tre anni in cui le donne avevano rappresentato la quota maggioritaria delle nuove entrate (con un picco di 6 assunzioni nel 2023), nel 2025 gli uomini hanno costituito il 67% delle nuove assunzioni. Questo dato merita attenzione nel monitoraggio futuro per verificare che non incida nel tempo sull'equilibrio di genere raggiunto.

Assunzioni per genere				
Genere	2025	2024	2023	2022
Uomini	4	2	3	1
Donne	2	4	6	1
Totale	6	6	9	2

Cessazioni

Un dato particolarmente positivo emerge dall'analisi delle cessazioni: nel 2025 non si è registrata alcuna uscita dal personale, né tra gli uomini né tra le donne. Si tratta di un risultato significativo, che testimonia un elevato livello di fidelizzazione e un clima organizzativo in cui le persone scelgono di restare e crescere.

Cessazioni per genere				
Genere	2025	2024	2023	2022
Uomini	0	3	1	1
Donne	0	1	1	2
Totale	0	4	2	3

Guardando al quadriennio nel suo complesso, le cessazioni si sono mantenute su livelli contenuti — con un massimo di 4 uscite nel 2024 — e risultano strutturalmente inferiori al numero di nuove assunzioni nello stesso periodo, confermando una crescita netta costante della forza lavoro.

Il tasso di turnover — calcolato come rapporto tra cessazioni e organico medio — si è attestato su valori molto bassi in tutti gli anni considerati, con un picco nell'8,3% del 2024 (4 cessazioni su 48 dipendenti), rientrando ampiamente nella soglia fisiologica per aziende di analoghe dimensioni e settore.

Letto in combinazione con i dati sulle assunzioni, il trend complessivo del periodo 2022–2025 restituisce il profilo di un'organizzazione in espansione, capace di attrarre nuove risorse — prevalentemente giovani under 30 — mantenendo al contempo un nucleo stabile di persone che scelgono di costruire il proprio percorso professionale all'interno di Mega Italia Media.

Indice di retention

L'indice di retention misura la percentuale di dipendenti che ha scelto di rimanere in azienda nel corso dell'anno.

	2025	2024	2023	2022
Indice di retention	100%	90,7%	93,9%	91,2%

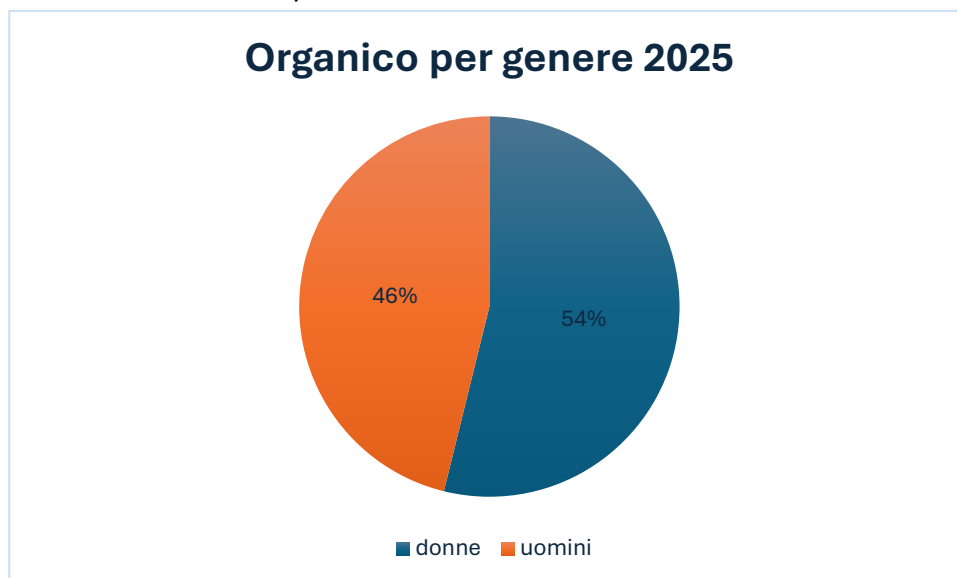
Il dato del 2025 è straordinario: con zero cessazioni su un organico di 48 persone a inizio anno, Mega Italia Media raggiunge un indice di retention del 100%, risultato difficilmente riscontrabile in aziende di analoghe dimensioni.

Guardando al quadriennio completo, l'indice si è mantenuto costantemente al di sopra del 90% in tutti gli anni considerati, con una forbice contenuta tra il minimo del 90,7% nel 2024 e il massimo del 100% nel 2025. Si tratta di valori strutturalmente superiori alla media nazionale del settore ICT e formazione, stimata intorno all'85%, e che testimoniano la solidità del legame tra l'organizzazione e le proprie persone.

Ambiente di lavoro inclusivo e collaborativo

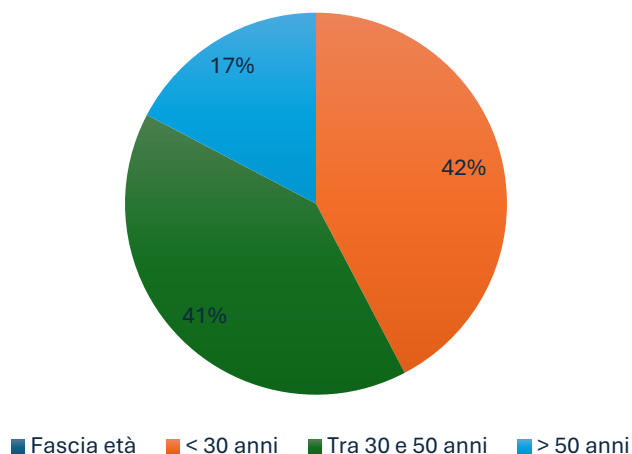
Mega Italia Media è consapevole dell'importanza di un ambiente di lavoro dove la diversità rappresenta un punto di forza, fonte di idee e stimoli.

Relativamente al genere, la popolazione aziendale di Mega Italia Media S.p.A. è costituita per il 54% da donne e il 46% da uomini. Questo dato testimonia una cultura aziendale avversa a qualunque tipologia di discriminazione di genere, che garantisce pari opportunità durante la fase di selezione del personale.



Inoltre, un dato interessante è la composizione dell'organico in base all'età: il 42% della forza lavoro ha un'età inferiore ai 30 anni, il 41% appartiene alla fascia 30–50 anni e il 17% ha più di 50 anni. La forte presenza di giovani under 30 — che rappresentano la fascia maggioritaria dell'organico — riflette una strategia di inserimento orientata ai nuovi talenti, coerente con il trend delle nuove assunzioni illustrato in precedenza. La convivenza di tre generazioni all'interno della stessa organizzazione rappresenta inoltre una ricchezza culturale e professionale, favorendo la trasmissione di competenze ed esperienze tra colleghi di diversa seniority.

Organico per fascia d'età



Al fine di aumentare sempre di più il livello di inclusione, nel 2024 Mega Italia Media ha sviluppato un sistema di gestione in conformità con la UNI PdR 125:2022, ottenendo nel mese di marzo 2025 la Certificazione di Parità di Genere, confermata anche per il 2026. Questo riconoscimento non è un punto di arrivo, ma un impegno strutturale che si rinnova annualmente attraverso il monitoraggio di indicatori concreti: dalla parità retributiva alle opportunità di carriera, dall'equilibrio vita-lavoro alla rappresentanza femminile nei ruoli di responsabilità. È stata definita una politica di Diversità e Inclusione e sono stati predisposti corsi di formazione per aumentare la sensibilità dei dipendenti sul tema. Nel corso del 2025 non sono stati segnalati incidenti di discriminazione e quindi non è stato necessario intraprendere azioni a riguardo. Inoltre, il delta tra retribuzione media maschile e femminile è inferiore al 10%, a parità di mansione/ruolo.

Nel 2025 50% delle posizioni di riporto al vertice è ricoperto da donne.

La missione di Mega Italia Media è quella di garantire un ambiente inclusivo e collaborativo, dove tutti possano sentirsi a proprio agio e dare il meglio di sé, coltivando e valorizzando le proprie unicità. Tutte le persone devono potersi sentire libere di esprimere la propria personalità, i propri ideali e il proprio orientamento etnico, religioso, politico, culturale e di genere, e ogni differenza deve rappresentare un'occasione di arricchimento e non di creazione di barriere.

Mega Italia Media rispetta la libertà di associazione e il diritto alla contrattazione collettiva.

Mega Italia Media non ricorre né da sostegno all'utilizzo del lavoro infantile e non impiega lavoratori che non abbiano compiuto 18 anni, inoltre non ricorre e non tollera alcuna forma di lavoro forzato o obbligato, come definito dalla Convenzione ILO 29, né le nuove fattispecie di schiavitù moderna.

Attraverso il nostro Codice Etico abbiamo sancito come principio fondamentale in azienda il rispetto della diversità e la condanna di ogni forma di discriminazione sulla base

dell'appartenenza di genere, etnica, politica e religiosa e la tolleranza zero verso ogni tipo di abuso.

Il benessere delle nostre persone

Un aspetto a cui teniamo in modo particolare è offrire a tutte le nostre persone il miglior equilibrio possibile tra vita privata e vita lavorativa. Per favorire la conciliazione tra esigenze personali e impegni professionali, i dipendenti possono usufruire del lavoro agile per due giorni a settimana, estendibili fino a tre in base alle esigenze, con gli strumenti e il supporto necessari per operare efficacemente anche da remoto. Contributi mensili a copertura delle spese di connettività completano il quadro, per garantire a tutti una connessione sempre performante.

Per i neo-genitori, lo smart working si estende al 100% fino al compimento del primo anno di vita del figlio o della figlia, riconoscendo l'importanza di essere presenti nelle prime fasi della vita dei propri bambini.

Mega Italia Media garantisce inoltre una flessibilità negli orari di ingresso, uscita e pausa pranzo, per consentire a ciascun collaboratore di organizzare la propria giornata in modo efficace e sostenibile. Promuoviamo attivamente il rispetto del tempo personale al di fuori dell'orario di lavoro, incoraggiando la disconnessione nelle ore serali, notturne e nei fine settimana, nella convinzione che il benessere personale sia prerequisito di una prestazione professionale di qualità.

A completamento di questo impegno, Mega Italia Media ha adottato una policy specifica per il benessere dei dipendenti che comprende:

- piano welfare aziendale;
- sistema premiante legato alle performance;
- sostegno finanziario per l'istruzione superiore e lo sviluppo professionale;
- politica in materia di diversità e inclusione.

Investiamo sulle nostre persone

Mega Italia Media crede nello sviluppo professionale dei propri collaboratori come motore della crescita aziendale. A tal fine, eroga **contributi a sostegno dei costi universitari** per i dipendenti che desiderano proseguire il proprio percorso accademico. Al 31 dicembre 2025, **5 dipendenti** — di cui 4 donne — stanno frequentando corsi di laurea.

L'impegno nella formazione continua si traduce in numeri concreti: nel 2025 sono state erogate **954 ore di formazione**, privilegiando modalità eLearning e corsi in sede per ridurre gli spostamenti. Di queste, 360 ore — pari al 37,7% del totale — hanno riguardato attività formative non obbligatorie per legge, a testimonianza di un investimento che va ben oltre il mero adempimento normativo.

Sul fronte della parità di genere nella formazione non obbligatoria, nel 2025 le donne hanno ricevuto in media **3,5 ore** pro capite, rispetto alle **11 ore** medie degli uomini. Questo divario non riflette una disparità di accesso alle opportunità formative, bensì la composizione dei

programmi erogati nell'anno: una parte significativa delle ore non obbligatorie ha riguardato corsi specialistici di sviluppo software, che hanno coinvolto prevalentemente i colleghi con profilo tecnico-informatico, figura storicamente a maggioranza maschile nell'organizzazione. Il dato va quindi letto come riflesso della struttura professionale interna e non come indicatore di disuguaglianza.

Rispetto al 2024, le ore complessive risultano inferiori: nell'anno precedente era stato erogato un corso di negoziazione collaborativa della durata di 20 ore che aveva coinvolto un ampio numero di collaboratori, contribuendo a innalzare il totale complessivo. Al netto di questa variazione, il livello di investimento formativo si mantiene sostanzialmente stabile.

Valutazione delle performance e sviluppo di carriera

Dal 2016 Mega Italia Media ha introdotto un sistema di gestione per obiettivi MBO (Management by Objectives) con Sistema Premiante integrato. I premi sono parametrati ai KPI individuali che incidono sulla redditività aziendale, creando un legame diretto tra contributo personale e riconoscimento economico.

Tutti i dipendenti sono soggetti a valutazione annuale delle performance e del raggiungimento degli obiettivi. I collaboratori particolarmente meritevoli possono essere valutati per un aumento salariale ogni quattro anni, e comunque non prima di due anni dall'ultimo scatto di anzianità previsto dal CCNL applicato.

L'azienda promuove inoltre percorsi di carriera strutturati, pensati per rispondere alle aspirazioni professionali di ciascun collaboratore e per valorizzarne le competenze nel tempo.

La salute e sicurezza sul lavoro

La tutela della salute e della sicurezza sul lavoro rappresenta un ambito di particolare rilevanza per Mega Italia Media, che ne fa il proprio core business. Coerentemente con questa vocazione, ogni anno vengono investite risorse per garantire a tutti i collaboratori un ambiente di lavoro sicuro e salubre, andando oltre i requisiti minimi previsti dal D. Lgs. 81/2008.

Nel contesto del D. Lgs. 231/2001, la gestione della sicurezza è formalmente regolamentata attraverso un Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro (SGSSL), elaborato in conformità alla norma ISO 45001. Nell'organigramma aziendale sono stati definiti tutti i ruoli e le responsabilità in materia, con formalizzazione delle relative deleghe e degli incarichi specifici.

I risultati parlano da soli: negli ultimi quattro anni non è stato registrato alcun infortunio, né tra i dipendenti né tra i collaboratori esterni operanti presso le sedi aziendali.

Indici infortunistici per lavoratori dipendenti				
	2025	2024	2023	2022
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	0	0	0	0
<i>Di cui con gravi conseguenze</i>	0	0	0	0

<i>Di cui il numero di decessi</i>	0	0	0	0
Tasso di infortuni registrabili	0%	0%	0%	0%
Tasso di infortuni sul lavoro con conseguenze gravi	0%	0%	0%	0%
Tasso di decessi	0%	0%	0%	0%

La tutela del nostro pianeta

Le attività svolte da Mega Italia Media hanno come principio fondamentale la tutela e la salvaguardia del pianeta. Il rispetto dell'ambiente passa prima di tutto dall'analisi delle problematiche ambientali che possono scaturire dalle decisioni e dalle scelte aziendali.

Queste analisi hanno come fine l'adozione di comportamenti, tecnologie e metodi ecologicamente compatibili.

Gli obiettivi che cerchiamo di perseguire ogni giorno trovano riflesso anche all'interno del nostro Codice Etico, con il quale ci impegniamo a tutelare l'ambiente attraverso il rispetto della legislazione e della normativa nazionale e comunitaria, ci impegniamo a prevenire ogni tipo di inquinamento ambientale ed a sensibilizzare i dipendenti e i collaboratori su tali tematiche.

Mega Italia Media ha introdotto la dematerializzazione dei documenti cartacei aumentando la digitalizzazione dei sistemi. La maggior parte dei documenti sono prodotti, firmati, scansionati e archiviati digitalmente. Da alcuni anni sono state dismesse le stampanti presenti negli uffici sostituendole con solo 2 stampanti di utilizzo comune.

Così come è stato ridotto l'utilizzo della carta, si è ridotto l'utilizzo della plastica monouso attraverso l'installazione di punti di distribuzione dell'acqua per disincentivare l'utilizzo delle bottiglie di plastica in azienda. Inoltre, è stato installato anche un distributore del caffè e acqua calda che prevede l'utilizzo di tazze personali.

Per raggiungere l'obiettivo di ridurre le emissioni nel tragitto casa-lavoro Mega Italia Media ha deciso di chiudere la propria sede tutti i venerdì permettendo ai dipendenti di lavorare in smart working. Inoltre, i dipendenti possono lavorare da casa anche un altro giorno a loro scelta riducendo così le emissioni di CO₂ correlate allo spostamento giornaliero.

È stato portato avanti un progetto di riqualificazione del sistema di illuminazione sostituendo i corpi illuminanti con sistemi più efficienti a LED, riducendo il consumo di energia e di conseguenza i costi, le emissioni legate al consumo elettrico, migliorando le condizioni visive.

Pur non essendo da anni il core business di Mega Italia Media si è intervenuti anche sulla spedizione dei prodotti in vendita utilizzando imballi riciclati e riutilizzando i materiali di riempimento dei box utilizzati per la spedizione.

Inoltre, Mega Italia Media si impegna di stabilire rapporti con fornitori in grado di assicurare prodotti e servizi che hanno come priorità la gestione ottimale delle risorse idriche, energetiche e dei rifiuti prodotti; infatti, si è scelto come fornitore di servizi cloud un fornitore che ha siglato

il Neutral Datacenter Pact: un patto il cui obiettivo è arrivare alla neutralità climatica entro il 2030 oltre ad essere certificati ISO 14001.

Il cambiamento climatico

Il cambiamento climatico rappresenta una delle più importanti sfide che le organizzazioni, i Governi ed i cittadini dovranno affrontare nei prossimi decenni, a questo proposito Mega Italia Media ha iniziato un processo di monitoraggio dei consumi energetici e le relative emissioni di gas ad effetto serra al fine di individuare le soluzioni più efficaci per ridurre il nostro impatto ambientale.

I consumi energetici

L'energia rappresenta una delle principali leve su cui Mega Italia Media agisce per ridurre il proprio impatto ambientale. I consumi aziendali si articolano su due vettori energetici: l'energia elettrica acquistata dalla rete, utilizzata per alimentare le postazioni di lavoro, i sistemi IT e l'illuminazione degli uffici, e il gas naturale, impiegato per il riscaldamento della sede di Castel Mella.

Energia elettrica

Nel 2025 il consumo totale di energia elettrica acquistata è stato di 89.925 kWh, in aumento rispetto agli 84.548 kWh del 2024 (+6,4%). L'incremento è attribuibile alla crescita dell'organico — passato da 48 a 52 dipendenti — e all'espansione delle attività, e non a una riduzione dell'efficienza energetica: le misure strutturali adottate negli anni precedenti, prima fra tutte la sostituzione dei corpi illuminanti con sistemi LED, continuano a produrre i loro effetti positivi.

Ove possibile, ci impegniamo a ridurre i consumi attraverso interventi migliorativi dei processi e delle infrastrutture, e attraverso la promozione di comportamenti orientati al risparmio energetico, favorendo lo sviluppo di una consapevolezza ambientale diffusa tra le nostre persone.

Sul fronte delle fonti energetiche, a partire dal secondo semestre 2024 Mega Italia Media ha cambiato fornitore di energia elettrica. Il mix energetico del nuovo fornitore, certificato dal Gestore dei Servizi Energetici (GSE) con riferimento all'anno 2024, vede le fonti rinnovabili al 54,03% del totale, in crescita rispetto al 48,88% del mix del fornitore precedente applicato negli anni precedenti, confermando la direzione verso un approvvigionamento energetico progressivamente più sostenibile.

Le emissioni di CO₂ associate ai consumi elettrici nel 2025 sono state di 11,46 tCO₂, calcolate applicando i fattori emissivi per fonte certificati da ISPRA e il mix energetico Enel Energia 2024 pubblicato dal GSE. Il significativo miglioramento rispetto alle 117,58 tCO₂ del 2024 riflette congiuntamente il cambio di fornitore, con un mix rinnovabili più elevato e fattori emissivi aggiornati, e l'applicazione della metodologia ISPRA 2024, più recente rispetto a quella

utilizzata per gli anni precedenti. Per garantire trasparenza e comparabilità della serie storica, questa discontinuità metodologica è dichiarata esplicitamente.

La tabella seguente riporta la composizione delle emissioni per fonte energetica nel triennio 2023–2025.

Fonte energetica	tCO ₂ emessa		
	2023	2024	2025
rinnovabili	0,00	0,00	0,00
carbone	33,36	38,44	3,57
gas naturale	58,73	63,29	6,29
prodotti petroliferi	3,35	2,196	0,36
nucleare	0,00	0,00	0,00
altre fonti	11,62	13,66	1,24
tot.	107,06	117,58	11,46

Fonti: mix energetico (GSE, dati 2022) per gli anni 2023–2024; mix energetico (GSE, pre-consuntivo 2024) per l'anno 2025. Fattori di emissione per combustibile: ISPRA, Rapporto 413/2025.

Gas naturale

Il gas naturale è utilizzato esclusivamente per il riscaldamento degli spazi della sede aziendale. I consumi sono concentrati nei mesi invernali, da ottobre ad aprile, con azzeramento pressoché totale nel periodo estivo, in linea con la destinazione d'uso esclusivamente termica.

Nel triennio 2023–2025 i consumi si sono mantenuti su livelli contenuti e sostanzialmente stabili, con un picco nel 2024 riconducibile a condizioni climatiche più rigide rispetto agli anni adiacenti.

	Consumi gas naturale		
	2023	2024	2025
Gas naturale (SmC)	7.773	8.932	8.338
Variazione annua		+14,9%	–6,7%

Le emissioni di CO₂

Le emissioni di gas serra generate dalle attività di Mega Italia Media sono rendicontate distinguendo tra emissioni dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2), in conformità con i principi GRI 305.

Le emissioni Scope 1 derivano dalla combustione di gas naturale per il riscaldamento della sede e sono calcolate applicando il fattore emissivo ISPRA per il gas naturale di rete (1,9565 kgCO₂/Smc, Rapporto ISPRA 413/2025).

Le emissioni Scope 2 derivano dall'acquisto di energia elettrica e sono calcolate applicando i fattori emissivi per fonte certificati da ISPRA e il mix energetico del fornitore pubblicato dal GSE. Il significativo miglioramento registrato nel 2025 rispetto agli anni precedenti riflette congiuntamente il cambio di fornitore — con una quota rinnovabili più elevata — e

l'applicazione della metodologia ISPRA 2024, più recente rispetto a quella utilizzata per gli anni precedenti. Per garantire trasparenza e comparabilità della serie storica, questa discontinuità metodologica è dichiarata esplicitamente.

Fonte	Scope	2023 tCO ₂	2024 tCO ₂	2025 tCO ₂
Gas naturale	Scope 1	15,20	17,47	16,31
Energia elettrica	Scope 2	107,06	117,58	11,46
Totale		122,26	135,05	27,77

Il totale delle emissioni 2025 segna una riduzione dell'–79,4% rispetto al 2024, trainata principalmente dal cambio di mix energetico elettrico. Le emissioni da gas naturale si mantengono invece su valori stabili nel triennio, coerentemente con la natura dei consumi termici legati alle condizioni climatiche stagionali.

Il parco veicoli aziendale

Mega Italia Media dispone di un unico veicolo aziendale, utilizzato esclusivamente per spostamenti logistici di breve raggio legati alle attività operative della sede. I chilometri percorsi annualmente per uso strettamente aziendale risultano molto contenuti, rendendo il contributo emissivo di questa fonte trascurabile rispetto al profilo ambientale complessivo dell'organizzazione. I veicoli degli altri collaboratori sono di proprietà privata e non rientrano nel perimetro di rendicontazione, in quanto non soggetti al controllo operativo di Mega Italia Media ai sensi dei principi GRI.

I consumi idrici

In Mega Italia Media l'impegno nella riduzione degli impatti ambientali si riflette anche nell'utilizzo consapevole e responsabile delle risorse idriche. I consumi idrici risultano contenuti in quanto riconducibili al mero utilizzo sanitario all'interno degli uffici, non essendo direttamente collegati alla prestazione dei servizi.

L'approvvigionamento idrico presso la sede di Mega Italia Media avviene attraverso il prelievo dalle reti idriche locali.

L'impatto dei device di MIM

La costruzione di apparecchiature ICT (Information and Communication Technologies) richiede grandi quantità di combustibili fossili, materiali, minerali rari e acqua. Per questa ragione, il processo di smaltimento a fine vita assume una rilevanza ambientale significativa: i componenti alla base delle apparecchiature ICT contengono sostanze tossiche che possono causare danni irreparabili all'ambiente e alla salute umana se smaltite in modo improprio o conferite in discarica.

In Mega Italia Media i volumi di smaltimento di apparecchiature ICT sono pressoché nulli. I dispositivi non più idonei all'utilizzo lavorativo vengono messi a disposizione dei dipendenti per uso personale, estendendone il ciclo di vita ed evitando la produzione di rifiuti elettronici. Questa scelta, apparentemente semplice, rappresenta una forma concreta di economia circolare applicata alla gestione del parco tecnologico aziendale.

Nota Metodologica

Il presente Report di Sostenibilità di Mega Italia Media S.p.A. è stato redatto in conformità ai GRI Universal Standards 2021, secondo l'opzione in accordance. Il riferimento ai GRI Standards 2016 è mantenuto esclusivamente per gli Standard tematici specifici (GRI 201, 205, 302, 303, 305, 306, 401, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 418) laddove non ancora sostituiti da versioni aggiornate.

Il periodo di rendicontazione copre l'anno fiscale 01/01/2025 – 31/12/2025. I dati economici fanno riferimento al bilancio d'esercizio approvato; i dati ambientali e sociali sono stati raccolti attraverso elaborazioni interne contabili e gestionali, fatture e bollette dei fornitori, banche dati di settore e questionari interni. I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO₂ sono tratti dal Rapporto ISPRA 413/2025.

Si segnala una discontinuità metodologica nella serie storica delle emissioni Scope 2 (energia elettrica): i valori 2023–2024 sono stati calcolati con il mix energetico GSE 2022 e fattori emissivi ISPRA precedenti, mentre il dato 2025 utilizza il mix energetico GSE pre-consuntivo 2024 e i fattori ISPRA 2025. Tale discontinuità è dichiarata esplicitamente per garantire trasparenza e corretta interpretazione dei dati.

La redazione del Report ha coinvolto le principali funzioni aziendali — amministrazione, risorse umane, IT, operations — coordinate dal gruppo di lavoro dedicato alla sostenibilità e validate dalla Direzione. Il Report non è soggetto ad assurance esterna.

Il Report di Sostenibilità è diffuso attraverso i canali istituzionali della Società: sito internet e pagine social.



GRI Content Index

Statement of use	Mega Italia Media S.p.A ha presentato una rendicontazione in conformità ai GRI Standards per il periodo 01.01.2025-31.12.2025
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard(s)	Not applicable

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDA RD REF. NO.
			REQUIREMENT (S) OMITTED	REASO N	EXPLANATI ON	
General disclosures						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	Chi siamo Storia e risultati La struttura societaria di MIM				
	2-2 Entities included in the organization’s sustainability reporting	Nota metodologica				
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	Nota metodologica				
	2-4 Restatements of information	Nota metodologica				
	2-5 External assurance	Il presente Report non è soggetto ad assurance esterna				
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	Attenzione alla soddisfazione dei clienti				
	2-7 Employees	Le persone: il nostro asset più importante				
	2-8 Workers who are not employees	Le persone: il nostro asset più importante				
	2-9 Governance structure and composition	Il modello di Governance di MIM				
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	Il modello di Governance di MIM				
	2-11 Chair of the highest governance body	Il modello di Governance di MIM				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARDS REF. NO.
			REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	L'analisi di materialità				
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	L'analisi di materialità				
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	Nota metodologica				
	2-15 Conflicts of interest	Codice Etico				
	2-16 Communication of critical concerns	La società si è dotata di un Organismo di Vigilanza.				
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	Si ritiene che i membri del CdA siano dotati di sufficienti competenze sui temi della sostenibilità.				
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	Nel 2025 non è stata adottata alcuna procedura volta a valutare le performance del più alto organo di governo di Mega Italia Media nella gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.				
	2-19 Remuneration policies	Essendo certificati UNI PdR 125:2022 il delta tra retribuzione media maschile e femminile è inferiore al 10%, a parità di mansione/ruolo, e deve essere decrescente negli anni successive.				
	2-20 Process to determine remuneration	Il valore economico generato e distribuito				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDA RD REF. NO.
			REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
	2-21 Annual total compensation ratio	Il valore economico generato e distribuito				
	2-23 Policy commitments	Le policy adottate da Mega Italia Media sono coerenti con l'obiettivo di tutela della sostenibilità. Le Policy presenti sono relative alla qualità del servizio fornito, alla protezione dei dati e delle informazioni, alla tutela dell'ambiente, alla salvaguardia della sicurezza sul luogo di lavoro, alla parità di genere e alla gestione del personale.				
	2-24 Embedding policy commitments	Attenzione alla soddisfazione dei clienti La salute e sicurezza sul lavoro				
	2-25 Processes to remediate negative impacts	I temi materiali				
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Il modello di Governance di MIM. Il codice etico e i nostri valori fondamentali				
	2-27 Compliance with laws and regulations	Nel corso del 2025 non si sono verificati casi di corruzione o non conformità a leggi e regolamenti				
	2-28 Membership associations	Confindustria Brescia				
	2-29 Approach to stakeholder engagement	Gli Stakeholder				
	2-30 Collective bargaining agreements	Le persone: il nostro asset più importante				
Material topics						
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	L'analisi di materialità				
	3-2 List of material topics	L'analisi di materialità				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDA RD REF. NO.
			REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
Economic performance						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	Il valore economico generato e distribuito				
Anti-corruption						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 205: Anti- corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	Il valore economico generato e distribuito				
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Codice Etico Whistleblowing Pagina sito web aziendale relativo alla trasparenza				
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	Nel corso del 2025 non sono stati registrati incidenti relativi alla corruzione				
Tax						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 207: Tax 2019	207-1 Approach to tax	Il modello di Governance di MIM				
Energy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	I consumi energetici				
Emissions						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	I consumi energetici				
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	I consumi energetici				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDA RD REF. NO.
			REQUIREMENT (S) OMITTED	REASO N	EXPLANATI ON	
Water and effluents						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	I consumi idrici				
	303-2 Management of water discharge-related impacts	I consumi idrici				
	303-3 Water withdrawal	I consumi idrici				
Waste						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	L'impatto dei device di MIM				
	306-2 Management of significant waste-related impacts	L'impatto dei device di MIM				
	306-3 Waste generated	L'impatto dei device di MIM				
Employment						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	Le persone: il nostro asset più importante				
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Le persone: il nostro asset più importante				
	401-3 Parental leave	Congedo di maternità e paternità, secondo la legislazione locale, che consente ai genitori di beneficiare di smart working al 100% per il primo anno di vita del neonato				
Occupational health and safety						

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARDS REF. NO.
			REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	La salute e sicurezza sul lavoro				
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	La salute e sicurezza sul lavoro				
	403-3 Occupational health services	La salute e sicurezza sul lavoro				
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	La salute e sicurezza sul lavoro				
	403-5 Worker training on occupational health and safety	La salute e sicurezza sul lavoro				
	403-6 Promotion of worker health	La salute e sicurezza sul lavoro				
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	La salute e sicurezza sul lavoro				
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	La salute e sicurezza sul lavoro				
	403-9 Work-related injuries	La salute e sicurezza sul lavoro				
	403-10 Work-related ill health	La salute e sicurezza sul lavoro				
Training and education						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 404: Training and	404-1 Average hours of training per year per employee	Investiamo sui nostri dipendenti				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARDS REF. NO.
			REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
Education 2016	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Investiamo sui nostri dipendenti				
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Valutazione delle performance dei nostri dipendenti e dello sviluppo di carriera				
Diversity and equal opportunity						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	Ambiente di lavoro inclusivo e collaborativo				
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Ambiente di lavoro inclusivo e collaborativo				
Non-discrimination						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	Ambiente di lavoro inclusivo e collaborativo				
Freedom of association and collective bargaining						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	Ambiente di lavoro inclusivo e collaborativo				
Child labor						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	Ambiente di lavoro inclusivo e collaborativo				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDA RD REF. NO.
			REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
Forced or compulsory labor						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	Ambiente di lavoro inclusivo e collaborativo				
Customer privacy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	L'analisi di materialità				
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	Nel corso del 2025 non si sono verificati episodi di violazione della privacy dei clienti.				